

# 古偶剧真的沦为定向“娱乐快消品”了吗?



当下,古偶剧市场热度反馈如何,正在成为“玄学”。就拿正在热播的《沉香如屑》和《星汉灿烂·月升沧海》来说,一方面各大社交平台文娱热搜榜单,每天都有与剧情、主演相关话题的一席之地;在猫眼专业版网播热度榜上,这两部剧超越一众现实题材作品,长期稳居榜单前两位。可另一边,是大众对于其真实热度、口碑的质疑:热度是营销数据装点门面,口碑话题则主要靠主演和原著的粉丝“爆炒”。有网友甚至犀利发问:除了粉丝外,真的有人在看古偶剧吗?关于这一点,似乎也有数据支撑。在评分网站,今年已播古偶品类仅《梦华录》一部有70万人次参与打分,真正“出圈”。而《且试天下》《与君初相识》等被视为“爆款”的作品,评价人数均未超过20万人次。至于其评分,则远不及同期播出、评价人数同量级的《警察荣耀》《幸福到万家》等现实题材作品;更不必说与古偶剧全盛时期《陈情令》《香蜜沉沉烬如霜》等动辄数十万甚至百万级的评价人数相比较。

面对圈层内外市场反馈的“冰火两重天”,有人直批平台制作方不顾大众反馈,一味炮制“工业流水线批量生产”,倚仗赞助商和粉丝圈层埋单,形成古偶剧“质”与“量”不对等的怪现象。翻看今年某平台的播出片单,除了已播的《镜·双城》《嫣语赋》《梦华录》《且试天下》《星汉灿烂》等,接下来还将有《玉骨遥》《长相思》等或在待播片单、或已进入拍摄制作的“S+”级大制作古偶。

古偶剧,真的就此沦为面向特定圈层的定向“娱乐快消品”了吗?

**圈层内外背道而驰的舆论反馈,是对古偶剧预期的巨大差异**

客观来说,与此前古偶剧相比,当下“霸榜”的《沉香如屑》和《星汉灿烂》制作水准尚可,不至于被粗暴划归为“烂剧”行列。

武将版“基督山伯爵”+腹黑版“灰姑娘”,这是剧粉给《星汉灿烂》主演人设给出的标签,也透露出该剧主创想要打破古偶既有模板的努力。而为了摆脱童星时代出演《琅琊榜》“小飞流”的可爱标签,主演吴磊也确实为刻画《星汉灿烂》中的将军凌不疑下了诸多功夫。吴磊对这个背负家族血海深仇的角色有这样的见解:“像硬币一样,要么正要么反,中间的缝很窄”。而他尝试突破的重点,正是用细腻的表演去填补这个“很窄的缝隙”,从而弥合主角“亦正亦邪”带来的割裂感。凌不疑“弑父”的一场戏,吴磊尝试在15秒里展现“大仇得报的快感与失落的空虚感”交织的复杂。

而对于《沉香如屑》,有影视博主用了“三大对称11处细节”,来赞赏主创对情感表达的细腻含蓄。比如对于剧中男女主角隔着屏风亲吻的情节,甚至引用了王夫之的《姜斋诗话》,赞其是对古诗词“以乐景衬哀情”美学的延续,将屏风看作是二人爱情受到条条束缚的象征。

可另一边,这些粉丝、博主眼中的用心与突破,依旧是圈层外饱受诟病的“槽点”——吴磊对于角色冷酷的表现过于外化而生硬,“屏风吻”也被视为古偶“撒工业糖精”的变体。

舆论反馈的割裂可见一斑。

而这种背道而驰的反馈,折射的是圈层内外对于古偶剧预期的巨大差异。对于原著粉丝来说,是自己青葱记忆里那些熬夜追看网文的一种具象化的“昨日重现”,原著哪怕有剧情漏洞、人物对白痴情有而深度不足,都不在话下。对于演员粉丝来说,关注的则是偶像番位是否靠前,妆造是否精致,“撒糖”的画面是否唯美。即便明知作品有明显瑕疵,考虑作品市场与口碑会影响偶像未来的演艺生涯,粉丝也要硬着头皮做数据、给好评。而在圈层之外,大众则会将古偶剧置于所有影视品类的大坐标系中综合评定。少了偶像与原著的滤镜,演员颜值、服化造型等外在形式固然是加分项,但少了人物、剧情和思想深度的基础支撑,便成为形式大于内容的“娱乐快消品”,看一部尝鲜尚可,看多了自然有“工业流水线批量生产”的审美疲劳。

**圈层是“护城河”,但创作应避免画地为牢**

其实,这两年,平台制作方也并非不顾市场反馈,一心将古偶剧的水准不断拉低。比如前两年饱受诟病的古偶“角色妆造难看”“剧情节奏推进慢”等问题,已经在今年播出的古偶剧中都得到一定的修正:《梦华录》剧情发展虽饱受争议,但其考究的服饰背景得到一致好评;而《沉香如屑》首播日,优酷一口气放出十集内容,剧情节奏相应提速,让追剧观众直呼过瘾。

但显然,古偶升级改良的速度,并未追上观众审美需求提升的脚步。尤其是,这些改良,从未真正触及那些影响作品内涵品质的“顽疾”。比如,从早年的《花千骨》《三生三世十里桃花》,到《香蜜沉沉烬如霜》《沉香如屑》,清一色的“女小仙”配“男上神”模板。某种程度上,仍是偶像剧“霸道总裁爱上我”的变体,鲜少看到女主角从人格到思想上真正的独立与成长。而对于“撒糖”“虐恋”这些圈层受众十分看重的关键卖点,主创难以割舍,却又不肯花心思做厚文本。于是只能在浴桶吻、屏风吻这些形式上翻新花样。圈层内的粉丝高呼“磕到CP了”,可圈层外的大众却因这毫无铺垫的情感推进感慨“太尴尬”。

此外,古偶绝大多数为架空背景,原著网文动辄百万字的篇幅还允许作者进行世界观的架构与交代,然而电视剧的体量和爱情主题,限制了这部分内容的表达空间。缺少历史和现实依傍的情感,偏又动辄是“三生三世”“天下苍生”的极致表达,看过原著、常年浸润仙侠语境的粉丝,或许能“自行脑补”凑足剧情,可圈层外的观众却注定很难信服入戏,更别提为男女主角的绝世爱情动容。

可以说,圈层是古偶的“护城河”——对于生产者来说,无论剧集质量如何,总有粉丝为市场托底。可也因为平台制作方自以为“讨好”圈层的诸多创作套路,不断加深着普通大众对于古偶剧的偏见,画地为牢,限制了古偶剧的发展。

而从商业角度看,古偶剧也已到了必须破局之时。随着古偶入局者以及作品的增多,既有圈层令古偶“红利”逐渐被摊薄、稀释。作为《沉香如屑》的出品方,欢瑞世纪是名副其实的“古偶大厂”。2006年成立以来,先后推出了《宫锁心玉》《古剑奇谭》《大唐荣耀》《琉璃》等一批古偶剧,使得杨幂、李易峰、唐嫣、杨洋、杨紫、任嘉伦、成毅一批青年演员借此走红。然而据其年报显示,公司2021年亏损3.34亿元,原本作为支柱性业务之一的影视制作,也出现收入严重下滑趋势。有人认为,这与其死守古偶市场有直接关系。他们所秉持的“大IP+大制作+偶像演员”的古偶制作模式,靠加杠杆带来巨大的流量收益,也就注定了当下所面临的巨大市场风险。可面对此前高价囤积的大量IP,制作方和平台是否继续古偶之路,显然是“骑虎难下”。

对此,正视古偶剧的文艺作品属性,避免其沦为娱乐狂欢下的“怪胎”,绝不仅仅是大众的呼声,更是制作方平台拓展市场增量的必由之路——令这个如今已占据着影视圈最大投资规模、最顶级资源的影视创作品类,真正打动最大多数的观众。

黄启哲 来源:文汇报

## 《少年奇妙游》打造影视化游戏国风晚会

作为首档全影视化拍摄的游戏国风晚会,网易大话西游与河南卫视联手打造的《少年奇妙游》将于8月13日19时30分通过河南卫视及全网平台播出。

节目整体时长接近两小时,相较于过去30分钟为主的“奇妙游”系列更加完整。节目整体以首次出山的少侠在世界的经历为故事背景,为了寻找五件信物,少年游历四方,这五件信物被赋予了“仁义礼智信”的深层意义,这是少年的旅途,也是节目主创对中华文化追求的旅途。

据介绍,节目主创严谨考究唐代的舞蹈、服饰、美食、习俗,并通过节目加以呈现,完美展现出了真实的长安面貌,让观众仿若置身盛世大唐。节目中还有民乐乐团还原千年古曲,将古曲与离别诗相结合,让情绪层层递进,展现不舍与离思。

除此之外,节目还以唐代镇守边关的安西军将士为原型,打造出一群具有使命感、时代感的戍边将军形象,赞颂边关将士们保家卫国的坚定信念,表达出“捐躯赴国难,视死忽如归”的爱国主义情怀。

整个晚会项目共采用13个节目组,1500余人,拍摄足迹跨越大半个中国,涉及20多座城市,从雪山到沙漠,从日出到日落,精雕细琢每一帧画面。

李夏至 来源:北京晚报

